

제4절

쓰레기 퇴치를
위해 언론 매체와
협력하기

쓰레기를 퇴치하기 위해 언론 매체와 협력하기

오염 문제에 대한 인식을 고취하고 오염 방지 활동에 대한 지원과 자원을 얻기 위해 가장 좋은 방법은 오염 문제, 그리고 열성적인 시민 그룹과 단체들이 실행하고 있는 해결책에 대해서 계속 언론이 보도하는 것입니다.

전국 텔레비전이나 주요 일간지를 이용할 필요는 없습니다. 지역 언론과 지방 뉴스 방송사는 항상 그 지역에 관한 기사거리를 찾고 있습니다.

- 다음의 언론 자료 샘플 및 템플릿은 이 섹션의 끝부분에서 찾아볼 수 있습니다: 보도자료 및 어드바이저리; 행사일정 어드바이저리; 공공 봉사 공지사항(PSA); 독자 편지, 논단.

언론 보도 매체의 종류

- 신문
 - ▶ 일간지
 - ▶ 주간지(대부분 무료)
- 웹사이트
- 텔레비전
- 라디오
- 뉴스레터

뉴스의 정의

지역 언론사가 관심을 갖는 모든 이야기가 뉴스가 될 수 있습니다. 뉴스거리를 언론에 보낼 때 고려해야 할 가장 중요한 것은 그 언론 매체가 갖는 지역에 대한 영향력입니다. 지역 언론은 그 지역의 독자, 청취자 또는 시청자에 대한 이야기에만 관심을 갖습니다.

다음과 같은 것들이 뉴스거리가 될 수 있습니다:

- 지역 행사에 대한 발표 또는 기술(예를 들면, River Rally 청소 행사).
- 지역 주민 또는 주민들에게 발생할 또는 발생한 일(예를 들면, “김철수 씨는 지난 10년 간 25개의 하천 청소 활동을 조직하여 올해의 시민상을 받았습니다.”).
- 사람들이 필요로 하는 지역 정보(예를 들면, “매년 연례 River Rally 행사에서 100톤 이상의 쓰레기가 수거됩니다. 이것은 모든 사람이 쓰레기를 길거리에 버리지 않고 쓰레기통에 버리면 방지할 수 있습니다.”).

언론의 관점에서 고려

이미 준비된 기사거리를 보내거나 특집기사를 작성하여 비교적 큰 규모로 언론과 협력할 때는 모든 일을 언론의 관점에서 고려하는 것이 중요합니다. 다음은 뉴스 책임자, 편집장 또는 기자가 기사거리의 가치를 평가할 때 고려하는 몇 가지 사항입니다:

- 영향 또는 결과 – 그 행사나 아이디어가 얼마나 많은 사람들에게 영향을 미치고 또 얼마나 심각한 영향을 미칠판니까? 그 정보가 독자들에게 얼마나 유용합니까? 독자들이 관심이 있습니까?

- 근접성 또는 지역성 – 행사가 지역 언론사의 보급 또는 시청 지역 내에서 열리는 경우에만 뉴스로서의 가치가 있습니다. 다른 시나 카운티에서 열리는 행사에는 관심이 적습니다.
- 적시성 – 오늘의 뉴스는 내일이 되면 가치가 떨어집니다. 그러나 영향력이 큰 문제들은 시간의 제한을 받지 않습니다. 따라서, 중요한 기사거리는 가능한 한 빨리 알려주어야 합니다.
- 저명성 – 유명하다고 해서 항상 뉴스거리가 되는 것은 아닙니다. 그러나, 유명한 사람이나 기관과 관련된 일은 중요하지 않더라도 관심을 끌 수 있습니다.
- 진기하거나 극적인 사건 – 보기 드문 것은 뉴스가 됩니다. 처음으로 일어난 일도 뉴스가 됩니다. 이상한 일도 뉴스가 됩니다. “개가 사람을 무는 것은 종종 일어나는 일”이 때문에 뉴스가 되지 않습니다. 그러나, 사람이 개를 물면 뉴스가 됩니다.”
- 갈등 – 많은 기자들은 갈등 ?소송, 정치, 범죄 또는 스포츠를 막론하고 ?을 취재하느라고 시간의 대부분을 보냅니다. 갈등은 뉴스에 기여하면서도 뉴스를 복잡하게 만드는 요소입니다.

지역 언론사를 찾는 방법

여러분의 지역을 담당하는 언론사를 찾고 연락 방법을 알아보는 데는 몇 가지 방법이 있습니다. 그러한 방법들은 다음과 같습니다:

- 신문 배포대
 - ▶ 보도에 설치
 - ▶ 편의점과 지역 식당
 - ▶ 슈퍼마켓과 식품점
- 전화번호부의 “Newspapers (신문사),” “Radio Stations (라디오 방송국),” “Broadcast Companies (방송 회사)” 및 “Television (텔레비전)” 항목
- 지역 도서관
- 시민 단체 및 사업체의 뉴스레터
- Yahoo, Google, Alta Vista 등과 같은 인터넷 검색 엔진



언론사 리스트의 작성

여러분이나 여러분의 단체가 지속적인 언론 관계를 수행하거나 예정된 행사와 활동들을 정기적으로 홍보할 계획이 있으면 환경 문제를 다루는 지역 언론사의 리스트를 작성 및 유지하십시오. 좋은 언론사 리스트에는 다음과 같은 정보가 포함되어야 합니다:

- 편집장/ 기자의 이름
- 직책/직위
- 간행물 또는 언론사의 이름
- 우편 주소
- 전화번호
- 팩스번호
- 전자우편 주소
- 선호하는 정보 수령 방법
- 마감시간 정보

언론사 리스트를 작성할 때는 반드시 일반 및 인종별 시장의 인쇄 매체(신문 및 잡지)와 전자 매체(텔레비전, 라디오 및 인터넷)를 포함시키십시오. 몇 가지 예를 들면 일간지 및 주간지; 통신사(예를 들면, Associated Press(연합통신)), 지역 텔레비전 계열사, 라디오 뉴스 프로그램, 지역 라디오 및 텔레비전 토크쇼 및 표적 시장 잡지 등이 있습니다. 지역 상공회의소, 지역사회 봉사 단체 또는 환경 운동 단체를 포함하는 그룹들이 발행하는 뉴스레터 및 웹사이트와 같은 대체 언론 수단을 포함시키는 것을 잊지 마십시오.

- 이 섹션의 끝부분에서 다음과 같은 언론 자료 템플릿을 찾아볼 수 있습니다: 미디어 어드바이저리/일러스트; 보도자료; 피치 레터; 독자 편지; 행사일정 공지사항; 공공봉사 공지사항(PSA).

✓ 언론 관계 점검표

언론사와 좋은 협력 관계를 맺고 유지하십시오:

1. 언론사가 일을 쉽게 하도록 도와주십시오.
 - 정확하고 완전한 정보를 마감시간 전에 보내십시오.
 - 편리한 시간에 전화 인터뷰를 하거나 만나기 쉬운 장소에서 대면 인터뷰를 할 일정을 정하십시오.
 - 적절한 경우, 추가 자원이나 참고 자료를 제공하십시오.
2. 필요한 경우, 대변인에게 연락하게 하십시오.
대변인은:
 - 항상 당시 상황에 대한 사실들을 알고 있어야 합니다.
 - 답변을 하기 싫을 때에도 절대로 거짓말을 해서는 안 됩니다. 기자에게는 거짓말이 탄로난 대변인이 사실보다도 더 좋은 기사거리가 됩니다.
3. 모든 연락처 정보가 정확한지, 그리고 응답할 사람이 있는지 확인하십시오.
4. 언론사에 여러분의 단체나 문제와 관련된 뉴스를 알려주십시오.

다음과 같은 행동을 하면 언론사와의 관계가 악화됩니다:

1. 언론사의 문의 사항에 대해 신속하게(또는 전혀) 답변하지 마십시오.
2. 언론사의 마감시간에 신경을 쓰지 마십시오.
3. 부정확하고 불완전한 정보를 제공하십시오.
4. 언론사에 관련이 없는 뉴스, 즉 “플러프”를 보내십시오.
5. 행사나 기사거리에 관해 되풀이해서 전화하십시오.

홍보

✓ 점검표: 프로그램 또는 행사의 홍보

좋은 홍보 프로그램은 참여자, 제휴자 및 후원자를 하는 것은 물론, 오염 문제와 이러한 문제를 해결하기 위해 그룹이나 단체들이 하는 일에 대한 관심을 높일 수 있습니다. 또한, 좋은 홍보 프로그램은 그 단체가 오염과 쓰레기가 시의 미화와 공중보건/환경 보호에 미치는 영향에 관해 관심을 가지고 있다는 것을 일반 대중에게 알릴 수 있습니다.

다음은 홍보 프로그램을 기획하고 실행하는 데 대한 몇 가지 조언입니다:

1. 청소 캠페인이나 프로그램을 다른 주요 행사(예를 들면, Earth Day 또는 California Coastal Clean Up)와 공동으로 계획하는 경우에는 이미 진행 중인 홍보를 활용할 수 있습니다.
2. 행사일정을 “6하 원칙(누가, 무엇을, 언제, 어디서, 왜, 어떻게)”에 의거 작성하여 행사나 프로그램을 시작하기 훨씬 전에 언론사에 배포하십시오. 정규 언론사 리스트 이외에, 웹사이트, 뉴스레터, 또는 고등학교 및 대학 신문을 포함시키는 것을 잊지 마십시오. 또한 여러분의 행사를 www.choose2reuse.org 및/또는 제휴자/ 후원자의 웹사이트 같은 관련 웹사이트에 등록할 수도 있습니다.
3. 행사 또는 프로그램에 대해 설명하는 전단을 작성하여 광범위하게 배포하십시오. “행동 촉구 문안(call to action)”과 연락처 정보는 눈에 잘 띄고 이해하기 쉽게 작성하십시오. 배포할 곳은 다음과 같습니다: 언론사, 도서관, 공공 계시판, 상공회의소, 학교, 청소년회관, 사업체, 민원실 및 예배 장소.
4. 지역 신문, 라디오 및 케이블 텔레비전 방송국과 행사 며칠 전에 공공행사 공지사항 및 기사를 게재 및 방송하는 것에 관해 상의하십시오.

5. 언론사가 기사를 작성하는 것을 돋기 위해, 문제와 해결책에 대해 구체적으로 설명하는 사실 자료를 작성하고, 보도자료를 배포하고, 이미 준비된 기사거리를 사용하여 피치 레터를 작성하십시오.
6. 친구, 동료, 단체 직원들에게 전자우편을 보내어 그들이 참석하는 모든 모임에서 행사나 프로그램을 공지해 줄 것을 요청하십시오. 시청 공무원에게도 통지하십시오. 강연자 사무국 구성원들에게 프레젠테이션을 할 때 행사에 대한 공지를 하도록 당부하십시오. 시장이나 시의회로부터 성명서를 입수하십시오. 이러한 성명서는 특정한 날을 기념하거나, 이웃 또는 개인의 활동을 인정할 수 있습니다.

좋은 홍보 프로그램은 참여자, 제휴자 및 후원자를 하는 것은 물론, 오염 문제와 이러한 문제를 해결하기 위해 그룹이나 단체들이 하는 일에 대한 관심을 높일 수 있습니다.

언론 관계 핵심 자료 툴킷

언론과 협력할 때 가장 많이 사용하는 종류의 자료는 다음과 같습니다:

- 미디어 어드바이저리 또는 얼러트
- 보도자료
- 피치 레터
- 독자 편지 및 논단 기고문
- “사전에 작성된(canned)” 기사
- 언론 정보 키트

미디어 어드바이저리 또는 얼러트

미디어 어드바이저리 또는 얼러트의 목적은 공지할 중요한 정보 또는 기자회견이나 언론 행사를 날짜를 기자들에게 알려주는 것입니다. 공지나 언론 행사를 하기 전에 보내는 미디어 얼러트는 “6하 원칙”에 의거 내용을 간단하고 명확하게 요약해야 합니다.

일간지나 방송에 대해서는, 공지나 행사를 하기 하루나 이를 전에 편집장이나 기자에게 연락하여 사전 준비된 기사거리를 보내거나 또는 언론사의 관심이나 참석 여부를 확인해야 합니다. 주간지나 케이블 TV 쇼에 대해서는 최소한 일주일 전에 연락하여 확인하십시오.

보도자료

보도자료의 목적은 행사, 공지사항 또는 새로운 상황을 언론에 보도하거나, 또는 진행 중인 문제, 제품 또는 정책에 관한 통찰력이나 추가 정보를 제공하기 위한 것입니다. 보도자료를 배포하면 정보, 기사거리, 인용문을 보도되기를 원하는 방식으로 패키지화할 수 있습니다.

보도자료는 보통 행사나 속보를 위해 뉴스가 발생하는 당일에 발송되나(기자 회견을 할 때 팩스나 전화우편으로), 행사 전에 발송할 수도 있습니다. 문제, 제품 또는 정책 변경에 대한 보도자료는 메시지의 효과를 최대하기 위해서 시간을 맞추어야 합니다.

보도자료를 작성하는 네 가지 요령:

1. 목적을 정의하십시오. 지역사회에 오수 오염에 관해 어떤 메시지를 보내고 싶으십니까? (이 주요 메시지/사실 및 수치의 샘플은 주민 활동 키트의 “쓰레기 퇴치에 대한 강연하기”에서 찾아볼 수 있습니다.)
2. 보도자료를 작성하기 전에 다음과 같은 6하 원칙에 의거 핵심 정보를 확인하십시오: 누가, 무엇을, 언제, 어디서, 왜, 어떻게. 이러한 정보는 보도자료의 첫 번째와 두 번째 절에서 다루어야 합니다. 대부분의 경우, 기자들은 이 절에서 기사거리가 중요하다고 생각하지 않으면 읽기를 중단하고 보도자료를 차워버립니다.
3. 상세하게 작성하십시오. 쓰레기 버리기와 오염에 대한 배경 정보나 이 분야에 대한 여러분의 단체의 활동과 같은 핵심 정보를 뒷받침하는 주요점을 기술하십시오. 이러한 정보는 세 번째와 네 번째 절에 기술하십시오. 주 대변인의 인용문은 상세한 내용을 제공하거나 핵심 정보를 뒷받침하기 위해 사용해야 합니다. (대변인은 강연자 사무국의 구성원 중에서 선정할 수 있습니다.)

4. 다음 사항을 반드시 포함시키십시오:

- 연락처 정보 - 보도자료를 발송하는 단체의 현재 연락 담당자 이름, 전화번호 및 전자우편 주소를 기재하십시오. 연락 담당자가 항상 응답할 수 있는지, 그리고 전화번호와 전자우편 주소가 정확한지 확인하십시오. 또한 여러분 단체의 웹사이트 주소도 기재해야 합니다.
- 단체에 대한 설명 - 이것은 표준 정보로서 배포하는 보도자료의 마지막 절에 포함시켜야 합니다.

피치 레터

피치 레터의 목적은 뉴스 책임자, 편집장 또는 기자에게 여러분의 기사거리를 보도하거나 문제를 다루어야 하는 이유를 설명하는 것입니다. 피치 레터는 속보용으로 사용하지 않습니다. 따라서, 피치 레터의 내용이 다음 날짜 신문이나 저녁 뉴스에서 즉시 보도될 것으로 기대해서는 안됩니다.

피치 레터를 작성하는 두 가지 요령:

1. 이 레터는 여러분의 기사거리가 청중과 어떤 관계가 있고, 왜 청중의 관심을 끄는지, 그리고 왜 뉴스로서 가치가 있는지를 적절하게 설명해야 합니다.
2. 피치 레터는 기자에게 전화를 걸어 확인할 수 있고 보통 사실 자료, 사례연구, 보도자료 또는 기자가 배경 정보로 사용할 수 있는 다른 프로그램 자료를 포함하는 다른 서면 자료와 함께 보냅니다.

독자 편지 및 논단

의견 주도자(opinion leader)들에게 영향을 주고 지역사회에 대해 오염 방지에 관한 교육을 할 수 있는 다른 방법은 독자 편지와 논단(op-ed)에 기고하는 것입니다. 독자 편지와 논단에 대한 기고문은 보도자료와 같은 방식으로 작성해야 하며, 가장 중요한 정보를 편지의 첫 부분에 기술해야 합니다. 영향력을 최대화하기 위해서, 독자 편지와 논단 기고문에는 여러분 단체에서 높은 직위에 있는 회원이 서명해야 합니다.

독자 편지는 보통 특정한 뉴스 기사, 현재의 지역사회 문제, 또는 특정한 문제나 뉴스 이벤트에 대한 신문 보도에 대한 응답으로 작성됩니다.

독자 편지를 작성하는 다섯 가지 요령:

- 지역 신문사에 전화를 걸어 편지의 길이, 마감시간, 그리고 편지에 대한 수정이 필요한지에 대한 지침을 받으십시오. 편집장들은 보통 긴 편지 한 통 보다는 여러 편의 짧은 편지를 받는 것을 더 좋아합니다. 간략하게 작성하십시오.
- 관심을 끄는 주제, 또는 우수 오염에 연계하거나 환경 문제와 연관시킬 수 있는 주제에 대한 기사를 읽었을 때 즉시 작성하십시오.
- 편지는 사실적이어야 합니다. 지역적인 통계 또는 사실에 의해 편지를 뒷받침하십시오.
- 문제에 집중하십시오. 지역적이고 혼란을 일으키는 언급을 피하십시오.
- 일반적인 편지를 보내지 마십시오. 편집장이 게재할 가능성이 적습니다.

논단 기고문은 특정한 문제를 특정한 관점에서 분석하고 주장하기 위해 작성하며, 기사에 대한 직접적인 응답이 아닙니다. 그러나, 논단 기고문의 주제는 시의적절하고 신문의 독자들에게 비교적 중요한 문제를 다루어야 합니다.

논단 기고문을 작성하는 다섯 가지 요령:

- 강력한 의견을 제시하십시오.
 - 정확한 자료가 첨부되고 충분히 조사한 사실과 논점을 제시하십시오.
 - 기고문이 우수 오염 문제에 대한 일반 대중의 지식을 증진시키는 역할을 해야 합니다.
 - 지역과 관련된 문제에 관한 통찰력을 제공하십시오.
 - 기고문을 명확하고, 논리 정연하고, 흥미를 일으킬 수 있게 작성하십시오.
- “독자 편지”와 논단 기고문 템플릿은 이 섹션의 끝 부분에 있습니다.

사전에 작성된(Canned) 기사

기자들이 많지 않은 소규모 지역 간행물들은 사전에 작성된 기사를 받아 약간 수정하여 게재합니다. 그러나, 대규모 지역 간행물에서는 기자가 여러분에 관한 기사를 다루는 것을 촉진하기 위해 사용됩니다. 이러한 경우에는 사전에 작성된 기사가 기자의 기사를 위해 기본적인 사실들을 제공할 수 있으나, 기자는 자신의 시각을 반영할 수 있습니다. 주간 및 월간 간행물은 일간 간행물에 비해서 리드 타임이 훨씬 길다는 것을 잊지 마십시오. 간행물 발행 회사에 연락하여 제출 기일을 확인하십시오.

언론 정보 키트

언론 정보 키트는 기자회견이나 언론 행사를 할 때 배포하거나, 또는 인터뷰나 뉴스 기사 작성에 위한 배경 정보로서 기자에게 제공할 수 있는 정보 패킷입니다. 이 패킷에 포함된 정보는 관련성이 있고, 간략하고, 주된 개념을

쉽게 이해할 수 있어야 합니다. 언론 정보 키트에 포함된 정보는 항상 최신으로 유지해야 하고 이 키트를 기자에게 전달하기 전에 모든 정보가 정확하고, 관련성이 있고, 새로운 것인지 재확인해야 합니다.

언론 정보 키트에는 다음과 같은 자료들이 포함됩니다:

- 보도자료
- 행사, 문제 및/또는 프로젝트에 관한 사실 자료
- 관련 최신 통계 및 조사에 관한 사실 자료
- 적절한 로고, 이미지 또는 다이어그램의 사진, 슬라이드 또는 전자 아트
- 브로셔와 프로그램에 관한 다른 인쇄 자료
- 다른 유명한 간행물의 관련 보도 기사
- 우수 오염과 관련된 통계 자료 또는 연구 및/또는 기자가 다루고 있는 기사거리
- 기자가 추가 정보를 필요로 하는 경우에 대비한 최신 연락처 정보. 우수 오염 정보 전용 웹사이트가 있는 경우에는 그 웹사이트 주소도 포함시켜야 합니다.

언론 관계 툴킷에 포함시켜야 하는 추가 자료

바로 위에서 상세하게 설명한 주요 언론 도구 이외에도, 언론 관계 지원을 위해 사용할 수 있는 몇 가지 다른 도구들이 있습니다. 이러한 도구들은 다음과 같습니다:

- 기자회견 및 언론 행사
- 행사일정 공지사항/게시판
- 특집기사
- 라디오 및 텔레비전: 공공 문제 쇼/뉴스 토크쇼/논평
- 논평/논설
- 공공봉사 공지사항(PSA)
- 웹사이트 및 전자우편

기자회견 및 언론 행사

기자회견이나 언론 행사의 개최는 특히 대도시 지역이나 그 인근에서는 전략적으로 사용해야 합니다. 대부분의 언론 활동은 보도자료를 발송하고 기자에게 직접 연락함으로써 처리할 수 있습니다; 그러나 여러분의 발표가 특히 보도 가치가 있고 시각적인 효과가 있는 경우에는 기자회견을 열거나 언론기관을 언론 행사에 참석하도록 초청하는 것이 적절할 수도 있습니다.

기자회견이나 언론 행사가 다른 형태의 주민 참여보다 올바른 방법이라는 것을 어떻게 알 수 있을까요? 급히 발표할 일이 있습니까? 기자들이 시간을 내어 참석할 만한 가치가 있습니까? 다채로운 색깔을 보여주는 뛰어난 영상과 재미있는 강연자가 있습니까? 그리고 전화, 피치 레터 또는 보도자료를 통해서 같은 결과를 달성할 수 있습니까?

시각적으로 흥미를 끄는 행사는 수백명의 자원봉사자가 작업에 참여하고 선출직 공무원과 같은 저명한 연사가 지역 기자들의 관심을 끌만한 좋은 내용의 연설을 하는 대규모의 이웃 청소 또는 강 청소 활동입니다.

기자회견이나 언론 행사를 계획할 때는 다음 사항을 고려하십시오:

- 행사 장소*
- 개최 시간*
- 보도 가치가 있는 다른 행사가 같은 날이나 시간에 열립니까*
- 행사 장소가 여러분의 활동을 홍보하는 데 도움이 됩니까? (즉, 쓰레기로 막힌 우수 배수구의 앞)
- 행사 장소가 중심지에 위치해 있고 쉽게 찾아올 수 있습니까?
- 차를 주차할 수 있는 공간이 많이 있습니까?
- 표지판을 게시할 수 있습니까?
- 텔레비전과 라디오 방송국이 스튜디오로 명확한 시그널을 전송할 수 있습니까?
- 행사 장소가 텔레비전과 인쇄 매체의 촬영 및 사진 담당자들을 위해 시각적인 호소력이 있습니까? 쓰레기로 덮인 도량이나 수로, 청소 활동 등과 같은 추가할 수 있는 영상이 있습니까?
- 기자의 취재 및 방송장비 설치를 위한 공간, 그리고 전기 콘센트가 충분히 있습니까?
- 대중 연설 시스템, 의자, 강단, 탁자를 가져와야 합니까?
- 어떤 방향 또는 안내 표지판이 필요합니까?
- 바람이나 주변 소음(비행기, 차량 통행)이 있어 라디오나 텔레비전 방송사가 여러분의 대변인의 말을 잘 들을 수 없습니까?

* 위에 언급한 문제들은 로스앤젤레스 카운티와 같은 대도시 지역에서 기자회견을 개최할 때 개최 여부 및/또는 개최 시기를 결정하는 데 있어서 매우 중요합니다. 거리는 멀고, 시간은 제한되어 있고, 뉴스 보도를 위한 경쟁은 치열합니다. 하루에 30~40개의 언론 행사나 발표 행사가 열립니다.

행사일정 공지사항

회의, 행사 또는 일반인이 참여하는 포럼을 더 많이 홍보하려면 지역 언론 행사일정 리스팅에 행사 장소 정보를 제출하는 것을 고려해 보십시오. 행사일정 리스팅(공지사항 또는 게시판이라고도 함)은 지역사회 행사와 활동을 계재하거나 공지하는 신문의 한 난, 또는 라디오/텔레비전의 시간대입니다. 여러분의 회의가 행사일정 난에 계재될 가능성을 높이려면 공지사항에 관한 정보를 행사일 훨씬 전에 보내십시오.

특집기사

특집기사와 뉴스기사 또는 논설 사이의 주요한 차이점은 특집기사는 독자들에게 정보를 제공하고 즐거움을 주는 것이 목적이며 어떤 입장은 옹호하지 않는다는 것입니다.

특집기사는 사람이나 장소에 관한 소개 기사일 수 있고 주로 인간적인 관심(human-interest)에 초점을 맞춥니다. 인간적인 관심에 대한 좋은 기사는 독자가 주제나 행사에 대해 쉽게 공감할 수 있다는 전제 하에서 작성됩니다. 이러한 기사에는 독자와 같은 인간과 독자에게 발생하거나 독자와 관련이 있을 수 있는 상황이 포함됩니다. 그러나, 이러한 기사의 인간적인 관심 측면은 객관적인 뉴스기사로서의 가치보다 더 중요합니다.

지역 신문은 직원 수가 많지 않기 때문에 보통 행사를 취재할 기자나 사진을 찍을 사진사를 보낼 수 없는 경우가 많습니다. 이러한 경우, 여러분의 지역 활동의 사진을 찍어 관련 정보와 함께 소규모 신문사에 보내는 것은 매우 좋은 생각입니다.

공공 문제 및 뉴스 토크쇼

라디오와 텔레비전의 공공 문제 및 토크쇼는 신문의 사설 페이지에 해당됩니다. 라디오나 텔레비전이 여러분의 행사에 대한 적절한 매체인지를 결정할 때는 어떻게 여러분의 주제를 보도 또는 방송할 가치가 있게 만들 것인지를 고려하십시오. 다시 강조하지만, 여러분의 메시지는 인쇄 매체와는 달리 명확하고, 간결하고, 시의적절하고, 흥미를 일으키고, 청취자와 관련성이 있어야 합니다. 여러분의 대표자가 저명한 지역사회 지도자이거나 전문가이면 도움이 됩니다.

라디오와 텔레비전의 공공 문제 및 뉴스 토크쇼는 지역사회에 영향을 주는 문제들을 심층적으로 토론하는 포럼의 역할을 할 수 있습니다. 방송을 하는 첫 단계는 여러분의 지역에 있는 라디오 및 텔레비전 방송국의 공공 문제 및 뉴스 토크쇼 프로그램과 친숙해지는 것입니다. 대부분은 AM 라디오나 케이블 텔레비전 방송국에서 방송됩니다. 프로그램의 형식에 익숙해지고, 프로그램의 특징이 스튜디오 내 게스트, 라이브 전화 통화, 패널 토론 또는 녹화 프로그래밍 중에서 어느 것인지 알아두십시오.

논평/논설

일부 지역 라디오 및 케이블 텔레비전 방송국은 청취자나 시청자들로부터 논평/논설을 받습니다. 방송 논평에 대해서는, 라디오, 케이블 또는 텔레비전 방송국에 전화하여 청취자/시청자로부터 논평/논설을 받는지 문의하십시오. 방송국의 프로토콜에 대해 알아보십시오. 대본을 보고싶어 합니까? 논평의 길이는 얼마입니까(30~60초)? 그리고 대본을 어떻게 받기를 원합니까(팩스, 보통우편, 전자우편 등)?

공공 봉사 공지사항(PSA)

PSA는 보통 라디오 방송국의 무료 “언급”으로서, 행사에 관한 간단한 정보(날짜, 시간, 장소, 연락처 정보) 또는 대중에게 유익한 “조언”(예를 들면, 애완동물 배설물을 주우십시오; 이런 종류의 오염은 어린이의 건강에 위험합니다)을 제공합니다.

30초가 보통 라디오 방송국이 PSA를 방송하는 최대 길이이지만, 방송국에 전화하여 길이 및 리드 타임을 포함하는 PSA의 요건에 대해 문의하십시오.

PSA는 서면 형식으로 제출하여 어나운서가 읽거나, 또는 사전 녹음한 오디오 또는 디지털 테이프로 제출할 수 있습니다(이것은 비용이 많이 들 수 있으므로 방송국이 지시하는 전자 요구를 따라야 합니다).

PSA를 작성하는 다섯 가지 요령:

1. 라디오 방송국에서 두 세 가지 길이(예를 들면, 10초, 20초, 30초) 중에서 선택하게 하십시오. 서면으로 제출하든, 사전녹음으로 제출하든, PSA는 시간을 정확하게 맞추어야 합니다.
2. “서비스” 어프로치를 사용하여 지역 청취자들에게 구체적이고 가치 있는 정보를 제공하십시오.
3. PSA에서는 하나의 주요한 주제만을 다루십시오. 불필요한 단어, 특히 형용사를 제거하십시오.
4. PSA를 종료할 때 사람들에게 가능할 때마다 실행할 것을 요구하십시오.
5. 사전 녹음한 PSA를 제출하는 경우에는 방송 수준의 장비를 갖춘 전문 녹음 스튜디오를 사용하십시오. 가정용 녹음기는 방송에 적합한 품질의 테이프를 제작하기에 충분하지 않습니다.

중요 주의사항: 이러한 모든 공공 문제 및 공공 봉사 기회에 대해 라디오와 텔레비전에서 방송할 때 비영어권 방송국을 잊지 마십시오. 가장 좋은 방법은 비영어권 방송사가 사용하는 언어로 작성된 자료를 보내는 것입니다. 그러나, 이것이 불가능한 경우에는 각 방송사에 확인하여 이러한 문제와 관련된 정책에 대해 알아볼 것을 권합니다.

웹사이트와 전자우편

인터넷은 여러분의 관심사에 대한 대중의 인식을 제고하기 위해 중요한 또 하나의 미디어를 제공합니다. 모든 사회 경제적인 그룹의 인터넷 접근 가능성은 여전히 문제로 남아있기는 하지만, 이른바 “정보 격차(digital divide)”의 시대는 신속하게 끝나고 대부분의 미디어가 인터넷 접근을 제공하고 전자우편함을 보유하고 있습니다.

여러분의 단체의 웹 주소를 모든 통신 자료에 기재하십시오. 웹사이트에는 우수 오염 방지에 관한 사실들, 오염 방지를 위한 단체의 활동, 사업 관련 규정과 정보, 언론 및 다른 교육 자료의 사본, 논평 공간, 자주 묻는 질문들, 다른 관련 웹사이트로 연결하는 링크와 다른 많은 중요 정보들을 포함시킬 수 있습니다. 새로운 정보와 자료들을 정기적으로 추가하여 웹사이트를 최신으로 유지하십시오.

웹사이트에 포함시킬 수 있는 다른 기능들은 다음과 같습니다:

- 쓰레기 버리기나 우수 오염과 관련된 다른 자원으로 연결
- 언론 연락 담당자와 강연자 사무국 매니저에게 연결하는 “연락처” 링크

전자우편은 언론에 연락하는 저렴하고 효과적인 방법입니다. 언론사의 전자우편 주소를 알아보고 리스트에 포함시키십시오. 컴퓨터 전자우편 관리자가 허용하는 경우 언론 전자우편 그룹을 설정할 수 있습니다.

기자로부터 받은 전화의 처리

기사를 작성하고 있는 기자로부터 전화를 받으면 그의 질문에 즉시 답변하고 싶은 유혹을 느낄 수 있습니다. 그러나, 노련한 언론 담당 대변인도 “성급하게” 인터뷰를 하려고 하면 문제에 부딪칠 수 있습니다.

그 대신에, 기자가 전화를 하면 다음 사항에 관해 가능한 한 많은 정보를 얻으십시오:

1. 언론사(친숙하지 않은 경우)
2. 기자가 작성하고 있는 기사의 시각
3. 기자가 답변을 듣고 싶어하는 질문의 리스트
4. 기자가 인터뷰를 한 다른 사람
5. 기자의 마감시간

가장 적절한 정보를 제공하기 이러한 배경 정보가 필요하다고 기자에게 말씀하십시오. 어떤 경우에는, 기자의 요구를 들은 후에, 자신이 인터뷰에 가장 적합한 사람이 아니거나, 또는 그 주제에 대해 전문가인 다른 사람과 함께 인터뷰를 하는 것이 좋겠다고 판단할 수도 있습니다. 여러분(또는 지정된 대변인)은 마감시간 훨씬 전에 기자에게 전화하여 그가 요청한 정보를 전달해야 합니다. 전화를 걸기 전에, 시간을 내어 주요 메시지를 정리하고 말하는 연습을 하십시오. 인터뷰를 할 때 참고할 수 있도록 관련된 사실과 수치들을 정리해두십시오. 기자의 질문에 답변할 수 없거나, 정보를 수집하기 위해 시간이 더 필요하면, 기자에게 마감시간 훨씬 전에 전화를 하여 알려주십시오.

추적과 내부 기록 유지를 위해 인터뷰 전후에 언론과 연락한 사항을 문서로 작성해두는 것이 중요합니다.

인종별 언론과 협력

남가주는 문화적, 인종적으로 다양한 지역입니다. 따라서, 언론에 알리기 위해 사용하는 아프로치도 다양합니다. 지역사회에는 특정한 인종과 언어를 대상으로 신문, 텔레비전 채널, 라디오 방송국과 잡지들이 있으며, 이러한 언론사들을 언론 관계 지원 활동의 제휴자로 선정하여 활용해야 합니다.

메시지를 인종별 언론에 맞춤화

인종별 언론은 특정한 청중을 갖고 있다는 점에 유의하십시오. 그러한 특정 지역사회를 겨냥하여 메시지를 작성할 때는 이러한 특성을 고려해야 합니다. 일반적인 시장의 언론에는 효과가 있는 메시지가 특정한 인종의 지역사회 내에서는 효과가 없을 수도 있습니다.

인종별 언론에 대한 연락

인종별 언론도 업계의 일반적인 자원(예를 들면, 통신사)을 통해서 뉴스 기사에 관해 알게 되지만, 특정한 인종의 지역사회에 메시지를 전달하려고 할 때는 특정한 간행물과 텔레비전 및 라디오 프로그램을 표적으로 선정해야 합니다.

인종별 인쇄 및 방송 매체 언론사의 대부분의 기자들은 영어를 사용하지만, 라디오 및 텔레비전 대변인은 청취 및 시청하는 청중들의 언어를 사용할 것이 바람직하고 때로는 그것이 필요할 수도 있습니다. 또한, 가능하거나 필요한 경우, 보도자료, 사실자료 또는 편집 헤더와 같은 언론에 정보를 제공하는 주요 자료들을 인종별 언론사가 사용하는 언어로 번역하십시오. 이것이 불가능한 경우에는 언론사에 연락하여 이러한 문제에 대한 정책이 있는지 문의하는 것이 중요합니다.

인종별 언론을 기자회견이나 언론 행사에 초청하기로 결정하는 경우에는 같은 자료와 자원을 해당 언어로 제공하십시오(가능하거나 필요한 경우). 인종별 언론은 그들의 언어로 유창하게 설명할 수 있는 최소한 한 사람의 대변인을 확보하도록 노력하십시오. 이에 대한 도움이 필요하면 번역 회사의 지원을 받는 것을 고려할 수도 있습니다.

여러분의 단체 내에 언론 자료를 정확하게 번역할 수 있는 사람이 없으면 지역 전화번호부에서 번역 회사를 찾아 연락하십시오. 반드시 해당 언어가 모국어인 사람에게 번역된 문서를 검토시켜 메시지가 제대로 번역되었는지 확인하십시오.

인종별 언론은 특정한 청중을 갖고 있다는 점에 유의하십시오. 그러한 특정 지역사회를 겨냥하여 메시지를 작성할 때는 이러한 특성을 고려해야 합니다. 일반적인 시장의 언론에는 효과가 있는 메시지가 특정한 인종의 지역사회 내에서는 효과가 없을 수도 있습니다.

언론 담당 대변인: 인터뷰 준비

인터뷰와 프레젠테이션에서 중요한 메시지를 발표할 때는 다음과 같은 요령을 이용하십시오:

1. 준비를 철저히 하고 필요한 지식을 갖추십시오. 인터뷰나 회의를 하기 전에 주요 메시지를 작성하고 그 메시지를 뒷받침하는 몇 가지 통계 및 예를 암기하십시오.
2. 먼저 메시지의 주요점을 간결하고, 명확하고, 완전한 문장으로 설명하십시오. 요점을 가능한 한 몇 가지 간단한 통계를 사용하여 설명하십시오. 그 다음에 메시지의 두세 가지 다른 주요점을 설명하십시오.
3. 답변은 가능한 한 간결하고 중점적으로 하되, 너무 간단해서 정보를 제공하지 못하거나 회피하는 것처럼 보여서는 안됩니다. 두서없이 말하거나 옆으로 빗나가지 마십시오.
4. 자신을 전문가의 위치에 놓으십시오. 자격과 오랜 경험이 있다는 것을 알리십시오.
5. “우리” 또는 “우리의”와 같은 일반적인 대명사 대신에 가능한 한 단체의 이름을 사용하십시오.
6. 항상 사실만을 말씀하십시오. 질문에 답변할 때는 가능한 한 직설적으로 간결하게 말씀하십시오. 사실이라고 추정되는 정보를 제공하지 마십시오; 나중에 사실이 아니라는 것이 밝혀지면 당황할 수 있습니다. “지금은 답을 모릅니다…”라고 말하고 가능한 경우 나중에 다시 정보를 제공하십시오.
7. 모든 것이 기록된다고 생각하십시오. 여러분이 말하는 모든 것이 뉴스 기사에 사용된다고 생각하십시오. 답변을 거부하는 방법까지도 기자에게 정보를 전달할 수 있습니다.
8. 항상 청중을 염두에 두십시오. 청중이 이해할 수 없는 속어/ 전문 기술 용어를 사용하지 마십시오.
9. 항상 침착성을 유지하십시오. 질문을 받고 마음의 평정을 잃거나 당황하지 마십시오. 인터뷰나 프레젠테이션을 절제있게 하십시오; 부정확한 정보를 예의 바르게 정정하고 방어적인 태도를 취하지 마십시오.
10. 답변을 할 때 부정적인 질문을 반복하지 마십시오. 편안하게 느껴지는 긍정적인 단어들을 사용하십시오.
11. 침묵을 깨려고 노력하지 마십시오. 질문에 대한 답변을 마쳤으면 다음 질문을 기다리십시오.
12. 기자를 도와주십시오. 기자에게 전문가를 소개해주십시오. 조금 더 노력하여 배경 자료나 추가 자료를 요청하십시오. 기자들이 필요로 하는 정보를 적시에 제공하십시오. 기자가 필요로 하는 정보를 가지고 있지 않으면 언제 그러한 정보를 입수할 수 있는지 알려주거나 그러한 정보를 찾을 수 있는 곳을 소개해주십시오.

기자에게 전문가를 소개해주십시오. 조금 더 노력하여 배경 자료나 추가 자료를 요청하십시오. 기자들이 필요로 하는 정보를 적시에 제공하십시오. 기자가 필요로 하는 정보를 가지고 있지 않으면 언제 그러한 정보를 입수할 수 있는지 알려주거나 그러한 정보를 찾을 수 있는 곳을 소개해주십시오.

독자 편지 샘플

편지 샘플 #1

편집장 귀하,

(날짜)에 열린 (지역사회 청소 활동)에 대해 보도해주셔서 감사합니다. 이와 같은 행사에는 두 가지 목적이 있습니다: 우리의 이웃을 보다 청결하고 안전하게 만들고, 지역사회 구성원이 협력하면 지역사회를 청결하고, 건강하고, 안전하게 유지할 수 있다는 것을 알려줍니다. 또한, 우리의 이웃을 청소함으로써 오염물질이 우수 배수구로 들어가서 가까운 수역을 오염시키는 것을 방지합니다.

우수 오염은 지역사회와 가정의 건강을 위협합니다. 남가주의 수질이 악화되도록 방치하면 어류, 야생생물, 공중보건 및 공공안전, 천연자원 및 이 지역의 경제적 활력이 중대한 위협을 받습니다. 다시 말해서, 우수가 오염되면 어린이, 가족, 그리고 사업체 소유주와 환경까지도 모두 부정적인 영향을 받습니다.

그러나 최근에 우리 지역사회에서 열린 것과 같은 행사들이 증명하듯이 우리는 오염을 참고 견딜 필요가 없습니다. 담배 꽁초를 길거리, 공원, 놀이터에 버리고, 쓰레기를 땅이나 차창 밖으로 버리고, 개의 배설물을 줍지 않는 이기적인 행동을 그만두면 우리 지역사회를 건강하게 만들 수 있습니다. 그러나 이것은 우리가 주로 문제를 일으키고, 또한 우리가 참여하면 쉽게 문제를 해결할 수 있다는 것을 각자가 인식하는 데 달려 있습니다.

안녕히 계십시오.

(이름)
(직위, 단체(해당되는 경우))

편지 샘플 #2

편집장 귀하,

우리 지역의 수질에 관한 최근의 기사(기사 제목, 날짜)와 관련하여, 남가주의 수질이 악화되고 있는 이유 중의 하나를 우리의 이웃에서 찾아볼 수 있다는 것을 말씀드리고 싶습니다.

로스앤젤레스 카운티는 인구가 많기 때문에 우수 오염을 줄이려는 개인의 작은 행동들이 합쳐지면 큰 변화를 달성할 수 있습니다. 쓰레기와 애완동물의 배설물에는 가까운 이웃의 어린이와 가족들에게 해롭고 병을 퍼뜨리는 박테리아가 들어있기 때문에 우리가 쓰레기를 땅에 버리거나 애완동물의 배설물을 줍지 않으면 어린이와 가족에 대한 위험이 증가합니다. 또한, 이러한 오염물질은 결국 우수 배수구를 통해서 직접 수로로 흘러내려 갑니다. 이것을 우수 오염이라고 합니다.

State Water Resources Control Board는 우수 오염을 줄이고 로스앤젤레스 카운티 주민의 건강을 보호하기 위한 목적으로 최근에 Erase the Waste(쓰레기 퇴치)라는 캠페인을 시작했습니다. 이 캠페인은 여러 가지 권고사항 중에서 특히 주민들에게 쓰레기를 쓰레기통이나 재활용품통에 버리고, 담배 꽁초를 항상 재떨이에 버리고, 매번 개의 배설물을 줍고, 지역사회 청소 활동에 참여하거나 이러한 활동을 조직하여 이웃의 환경을 보호할 것을 권고합니다.

지역사회에서 쓰레기를 퇴치하는 방법에 관한 더 자세한 정보를 원하시면 www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888) CLEAN-LA로 전화하십시오.

안녕히 계십시오.

(이름)
(직위, 단체(해당되는 경우))

독자 편지 샘플

편지 샘플 #3

편집장 귀하,

공공 해변에서 흡연을 금지한다는 결정에 대한 기사(기사 제목, 날짜)와 관련하여, 깨끗한 공기 이외에 이러한 결정의 다른 혜택에 대해서도 주의를 환기하고 싶습니다.

로스앤젤레스 카운티의 주민들은 매월 915,000개의 담배 꽁초를 함부로 버리는 것으로 나타났습니다. 이것은 어린이들이 버려진 독성이 있는 꽁초를 삼키거나, 그로 인해 숨이 막히거나, 또는 화상을 입을 위험이 있다는 것을 의미합니다. 또한, 담배 꽁초는 수역으로 흘러 들어가서 어류와 야생생물에 해를 입히기 때문에 우리의 환경이 영향을 받는다는 것을 의미합니다.

모래를 재떨이로 사용하는 것과 같이 해롭지 않게 보이는 행동도 지역사회와 건강, 어린이의 건강, 환경의 건강에 대해 파급 효과(ripple effect)를 일으킵니다. 지역사회에서 쓰레기를 퇴치하는 방법에 관한 더 자세한 정보를 원하시면 www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888) CLEAN-LA로 전화하십시오.

안녕히 계십시오.

(이름)
(직위, 단체(해당되는 경우))

논단 기고문 샘플

우수 오염을 줄이는 것은 모든 사람의 책임입니다.

여러분은 일상적인 작은 행동들이 지역사회의 건강을 개선할 수도 있고 해칠 수도 있다는 것을 믿으십니까? 담배를 땅에 비벼 끄는 것에서부터 사용한 모터 오일을 우수 배수구에 놓는 것에 이르기까지 매일수백만 건의 잘못된 결정들이 우리의 지역사회와 수역에 누적적으로 부정적인 영향을 미치고 있습니다. 그러나 Erase the Waste(쓰레기 퇴치)라는 State Water Resources Control Board의 혁신적인 캠페인 덕택으로, 로스앤젤레스 카운티의 주민들은 우리의 물, 해변, 이웃을 청결하게 유지함으로써 가족과 지역사회의 건강을 보호하는 역할을 할 수 있다는 것을 배우고 있습니다.

조사 결과에 의하면 로스앤젤레스 카운티의 주민들은 매월 915,000개의 담배 꽁초를 길거리, 공원, 놀이터에 버리고, 830,000건의 쓰레기를 땅에 버리고, 개 소유자들은 82,000번이나 개의 배설물을 줍지 않는 것으로 나타났습니다. 왜 이런 통계에 관심을 가져야 할까요? 왜냐하면 땅에 떨어진 쓰레기와 애완동물의 배설물에는 가까운 이웃의 어린이와 가족들에게 해롭고 병을 퍼뜨리는 박테리아가 들어있기 때문입니다. 이러한 오염물질들이 땅에서 우수 배수구 시스템으로 셧겨 내려가서 수로로 흘러 들어가면 물과 접촉하는 사람들은 바이러스 감염, 귀의 통증, 독감, 피부 발진, 그리고 간염과 같은 바이러스 질환을 일으킬 위험이 증가합니다. 또한 물이 오염되면 어류, 야생생물 및 환경을 위협합니다.

캘리포니아 주는 로스앤젤레스 카운티의 우수 오염을 줄이는 것을 최우선적인 과제로 정했습니다. 우수 오염은 남가주의 수질에 가장 중대한 위험을 끼치고 공중보건과 공공안전, 천연자원 및 이 지역 경제의 활력을 심각하게 위협하고 있습니다. 주민 수가 거의 1,000만 명에 달하여 인구가 매우 조밀한 이 지역에서는 엄청난 양의 우수 오염을 일으킵니다.

Erase the Waste 캠페인은 거의 1,000만 명에 달하는 로스앤젤레스 카운티 주민들에게 지역사회에 대해 주인의식을 발휘하고, 풍차 지역의 쓰레기와 오염물질을 청소하여 우수 오염을 줄이고, “오염 문제의 해결”에 도움을 제공할 것을 권고하기 위한 것입니다. 이 캠페인은 여러 가지 권고사항 중에서 특히 주민들에게 쓰레기를 쓰레기통이나 재활용품통에 버리고, 담배 꽁초를 항상 재떨이에 버리고, 매번 개의 배설물을 줍고, 지역사회 청소 활동에 참여하거나 이러한 활동을 조직하여 이웃의 환경을 보호할 것을 권고합니다.

(여러분 지역의 이름)에서는 이미 몇 건의 지역사회 청소의 날 행사를 개최했고 앞으로도 더 많은 행사를 개최할 계획입니다. (참여자의 수, 버린 쓰레기의 양과 같은 특정한 활동에 관한 정보를 기재하십시오.)

우리는 모두 로스앤젤레스 카운티의 지역사회, 이웃 및 해변의 대해 공동으로 책임을 져야 합니다. 여러분도 동참하셔서 자신이 할 수 있는 역할을 하십시오. 지역사회에서 쓰레기를 퇴치하는 방법에 관한 더 자세한 정보를 원하시면 www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888) CLEAN-LA로 전화하십시오.

(단체의 직원이나 책임자가 논설에 서명해야 합니다.)

미디어 어드바이저리 샘플

* 미디어 얼러트 * 미디어 얼러트 * 미디어 얼러트 *

주민들을 오염 문제 해결에 동참시키는 (지역 이름) 청소의 날 행사

사소한 행동을 바꾸면 어린이들의 건강 보호라는 큰 보상을 받을 수 있습니다.

무엇을: 지역사회 어린이들의 건강을 보호하기 위해, (단체 이름)은(는) 로스앤젤레스 카운티의 Erase the Waste(쓰레기 퇴치) 이니셔티브(www.erasethewaste.com)의 일환으로 (시 이름) 지역사회 청소의 날 행사를 개최합니다. 지역 주민들은 버려진 담배 꽁초와 다른 쓰레기들을 열심히 치우는 것 이외에도, 쓰레기를 버리는 것과 같은 사소하고, 단순한 행동이 어떻게 내륙과 우수를 오염시키는지에 관해 배웁니다. 또한, 주민들은 오염을 일으키는 행동을 바꾸는 방법에 관한 조언을 받습니다.

왜: 쓰레기와 애완동물의 배설물에는 인근 지역의 어린이와 가족들에게 해롭고 병을 퍼뜨리는 박테리아가 들어있습니다. 조사 결과에 의하면 로스앤젤레스 카운티의 주민들은 매월 915,000개의 담배 꽁초를 길거리, 공원, 놀이터에 버리고, 830,000건의 쓰레기를 땅에 버리고, 개 소유자들은 82,000번이나 개의 배설물을 줍지 않는 것으로 나타났습니다. 이러한 오염물질들이 땅에서 우수 배수구 시스템을 통해서 수로로 흘러 들어가면 어류, 야생생물 및 수질에 영향을 미칩니다.

어디서: (공원 이름)
(교차로 또는 주소)

언제: (날짜) (시간)

누가: (지역사회 그룹 또는 단체 이름)
(직원의 이름과 직위를 기재), 이영희 시장, 환경을 걱정하는 주민들

영상물: 수거한 쓰레기 더미, 공원에서 쓰레기를 옮기는 어른과 아이들

연락 담당자: (이름)
(단체 이름)
(XXX) XXX-XXXX

#

보도자료 샘플

(단체 레터헤드)

즉시 보도용

연락 담당자:[이름]

(XXX) XXX-XXXX

[단체 이름] ERASE THE WASTE 지역사회 청소 행사를 성공적으로 개최

청소 행사를 통해서 오염된 지역사회를 회복시키고 지역 주민들이 지역사회와
가족의 건강을 위해 적극적인 역할을 하도록 고취

로스앤젤레스(날짜)(단체 이름)은(는) 이 지역의 미관을 개선하고 모든 사람들이 이웃을
보호하고 우수 오염을 방지하기 위해 적극적인 역할을 할 수 있다는 확신을 심어주기 위해 지역
공원에서 지역사회 청소 행사를 개최했습니다. [숫자]여 명의 주민들이 열심히 작업에 참여하여
(숫자) 백이 넘는 쓰레기를 수거했습니다.

“State Water Resources Control Board는 로스앤젤레스 카운티의 우수 오염을 줄이는 것을
최우선적인 과제로 정했습니다. 우수 오염은 남가주의 수질에 가장 중대한 위험을 끼칠 뿐만 아니라,
공중보건과 공공안전, 천연자원 및 이 지역 경제의 활력을 심각하게 위협합니다”라고 [이름,
직위]은(는) 말했습니다.

참여자들은 쓰레기를 주웠을 뿐만 아니라, 사용한 오일의 재활용, 놀이터를 맑아 청소하기,
크리스마스 트리의 재활용 및 폐인트로 낙서 지우기와 같은 앞으로 지역사회를 미화하기 위해 할 수
있는 일들에 대해 배웠습니다. 오늘의 행사는 State Water Resources Control Board의 Erase
the Waste(쓰레기 퇴치) 캠페인의 일환으로 실시되었는데, 이 캠페인은 1,000만 명에 달하는
로스앤젤레스 카운티 주민들에게 지역사회에 대해 주인의식을 갖고, 풍치 지역의 쓰레기와 오염물질을
청소하고, “오염 문제의 해결”에 동참함으로써 우수 오염을 줄이는 것을 돋도록 권고하기 위한
것입니다.

-계속-

(단체이름), 지역사회 청소 행사를 성공적으로 개최
2 페이지

“로스앤젤레스 카운티는 인구가 많기 때문에 우수 오염을 줄이려는 개인의 작은 행동들이 합쳐지면 큰 변화를 달성할 수 있습니다”라고 [이름, 직위]은(는) 말했습니다. “저희는 모든 사람에게 지역사회의 건강을 위해 자신이 할 수 있는 역할을 해줄 것을 요청하고 있습니다.”

주민 수가 거의 1,000만 명에 달하여 인구가 매우 조밀한 이 지역에서는 주민들이 쓰레기를 부적절하게 처리하여 엄청난 양의 우수 오염이 발생합니다. 조사 결과에 의하면 로스앤젤레스 카운티의 주민들은 대략 매월: 915,000개의 담배 꽁초를 길거리, 공원, 놀이터에 버리고; 830,000건의 쓰레기를 땅에 버리고; 개 소유자들은 82,000번이나 개의 배설물을 춥지 않는 것으로 나타났습니다. 우수 오염은 오염된 물과 접촉하는 사람들에게 바이러스 감염, 귀의 통증, 독감, 피부 발진, 그리고 간염과 같은 바이러스 질환을 일으킬 위험이 증가하는 것과 관련이 있습니다.

이 캠페인은 여러 가지 권고사항 중에서 특히 주민들에게: 쓰레기를 쓰레기통이나 재활용품통에 버리고(적절한 경우); 담배 꽁초를 항상 재떨이에 버리고; 매번 개의 배설물을 춥고; 지역사회 청소 활동에 참여하거나 이러한 활동을 조직하여 이웃과 지역 수역을 보호할 것을 권고합니다.
지역사회에서 쓰레기를 퇴치하는 방법에 관한 더 자세한 정보를 원하시면
www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888) CLEAN-LA로 전화하십시오.

Erase the Waste는 로스앤젤레스 카운티의 우수 오염을 줄이고 해안 및 내륙 지역사회의 환경을 개선하기 위해 State Water Resources Control Board가 2년 간 \$500만을 들여 시행하는 우수 대중 교육 캠페인입니다. 이 캠페인은 주 정부가 자금을 지원하여 전 카운티에서 실시하는 최초의 우수 대중 교육 캠페인이며, 로스앤젤레스의 문제를 해결하기 위해 최초로 유료 광고를 사용합니다.

#

행사일정 어드바이저리

행사일정 어드바이저리 • 행사일정 어드바이저리 • 행사일정 어드바이저리

[단체 이름], [지역 이름]에서 지역사회 청소를 위해 협력

우리의 이웃을 어린이와 가족들에게 더 안전한 장소로 만들기 위한
지역사회 청소 행사

무엇을: (후원 단체)이(가) 주최하는 Erase the Waste(쓰레기 퇴치) 행사에 참여하여
이웃과 수역에 대한 오염을 방지하는 것을 도와주십시오. 부디 참여하셔서 쓰레기를
항상 쓰레기통이나 재활용품통에 버리고, 담배 꽁초를 재떨이에 버리고, 항상 개의
배설물을 주워으로서 환경 문제의 해결을 돋는 방법에 관해 배우십시오. 여러분의
이웃들을 만나고 이웃의 건강을 보호하는 일에 동참하십시오.

왜: 우수 오염은 땅에 남아있던 쓰레기, 동물의 배설물, 담배 꽁초, 모터 오일, 비료,
살충제 및 다른 오염물질이 우수 배수구로 쓸려 내려감으로써 발생합니다. 이러한
끈적끈적한 유독한 액체는 수백만 갤런의 빗물에 섞여서 처리되지 않은 상태로 지역
시내, 강 및 태평양으로 흘러 들어가서 우리의 수로를 오염시키는 것은 물론, 이웃과
다른 천연자원들의 가치를 떨어뜨립니다.

영상물: (단체 이름), 쓰레기를 줍고, 재활용품을 분류하고, Erase the Waste 정보 패킷을
나누어주는 가족 및 지역사회 주민들.

언제: [날짜] [시간]

어디서: [장소]

배경: Erase the Waste는 로스앤젤레스 카운티의 우수 오염을 줄이고 해안 및 내륙 지역 사회의
환경을 개선하기 위해 State Water Resources Control Board가 2년 간 \$500만을
들여 시행하는 우수 대중 교육 캠페인입니다. 이 캠페인은 주 정부가 자금을 지원하여 전
카운티에서 실시하는 최초의 우수 대중 교육 캠페인이며 로스앤젤레스의 문제를 해결하기
위해 최초로 유료 광고를 사용합니다. 지역 사회에서 쓰레기를 퇴치하는 방법에 관한 더
자세한 정보를 원하시면 www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888)
CLEAN-LA로 전화하십시오.

연락 담당자:
[이름]
[단체 이름]
(XXX) XXX-XXXX

#

PSA 샘플

30초

여러분을 금주 토요일인 6월 12일에 (지역 이름)의 룽우드 공원에서 열리는 지역사회 청소 행사를 초대합니다. 이 행사는 로스앤젤레스 카운티의 1,000만 주민들에게 지역사회에 대해 주인의식을 발휘하고, 이웃에서 우수 오염을 줄이고, “오염 문제 해결”에 도움을 제공할 것을 권고하기 위한 프로그램인 Erase the Waste(쓰레기 퇴치)의 일환으로 실시됩니다. 우리는 모두 어린이, 가족 및 이웃을 건강하게 유지하고 오염이 없는 수역을 만드는 일에 공동으로 책임을 져야 한다는 것을 잊지 마십시오. 지역사회에서 쓰레기를 퇴치하는 방법에 관한 더 자세한 정보를 원하시면 www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888) CLEAN-LA로 전화하십시오.

10초

로스앤젤레스 카운티의 Erase the Waste(쓰레기 퇴치) 캠페인은 우리 모두가 어린이, 가족, 이웃 및 수역을 건강하게 유지하는 일에 공동으로 책임을 져야 한다는 것을 일깨워줍니다. 지역사회에서 건강에 해로운 오염을 줄이는 방법에 관한 더 자세한 정보를 원하시면 www.erasethewaste.com에 로그온하거나 1 (888) CLEAN-LA로 전화하십시오.

